

한국 게임산업의 현황과 전망¹⁾

정의준 / (재)한국게임산업개발원 산업정책팀 선임연구원*

2003년 한국 게임시장은 예년에 비해 15.8%가 성장한 3조 9,387억원의 규모를 나타냈다. 국내 게임 시장의 특징은 온라인/포터블의 강세와 오프라인/스탠드얼론의 하락세이다. 온라인게임의 경우 생산매출로 7,541억원에 이르며 2년 연속 65% 이상의 성장률을 보였으며, 모바일게임은 2002년 1,000억원 규모를 넘어, 2003년에는 1,458억원에 이르고 있다. 반면 오프라인 게임인 PC패키지 게임의 경우 -43.1%로 급격한 하락세로 나타났으며, 구조적인 조정이 진행중인 아케이드게임의 경우 2002년 -25%에 이어 2003년에도 -17.5%로 나타났다. 유통시장의 경우 PC방은 온라인게임의 성장과 함께 성장세를 이어가았으며, 게임장은 아케이드게임과 동반한 하락세를 보였다. 2003년 플랫폼 개별 현황분석을 통해 특성과 전망을 살펴본다.

〈2003년 게임시장 규모〉

구분	온라인 게임	모바일 게임	비디오 게임	PC 게임	아케이드 게임	PC방	게임장	복합 유통업소	합계	
2002	규모	4,522	1,004	1,562	1,647	3,778	14,751	6,762	-	34,026
2003	규모	7,541	1,458	2,229	937	3,118	16,912	6,542	650	39,387
	성장률	66.8%	45.2%	42.7%	-43.1%	-17.5%	14.6%	-3.3%	n/a	15.8%

1. 온라인게임의 독주 : 전체시장의 62% 점유, 게임포털 성장과 대작화 경향

2002년 아케이드게임을 제치고 처음으로 1위로 등극한 온라인게임은 2003년에는 생산매출 7,541억원(US\$ 628M)으로 플랫폼 생산매출의 49.3%를 차지(2002년 37%)하며 국내 게임시장을 견인하고 있다. 한편, 온라인게임의 주요 유통원인 PC방은 1조 6,912억원(US\$ 1,409M)으로 43%

1) 본 원고는 2004년 3월부터 4월까지 한국게임산업개발원이 시행한 〈게임업체 실태 조사〉결과를 토대로 분석된 것입니다.
* 정의준은 고려대학교에서 석사학위를 받고 현재 한국게임산업개발원 산업정책팀 선임연구원으로 있다. 주요 업무로 게임백서 제작, 통계조사, 정책보고서 발간을 수행하고 있으며, 최근 논문으로는 '온라인게임 이용자 동향과 게임포털산업의 전망', '게임환경 변화에 따른 개념 콜업의 추세와 의미' 등이 있다. phillog@gameinfinity.or.kr

의 시장을 차지하며, 전체 시장에서 가장 큰 비중을 점유하고 있다.

PC방 이용자의 대다수(84%)가 주로 온라인게임을 이용하고 있다는 것을 고려할 때, 온라인게임이 국내 게임시장에서 차지하는 비율은 온라인게임 생산매출과 PC방이라는 유통매출을 합하여 총 2조 4,453억원(US\$ 2,037M)으로 전체 게임시장의 62%에 이르고 있다. 한국 게임시장은 PC를 통한 인터넷 온라인게임이 주도하고 있는 것이다.

2003년 국내 온라인게임 시장에서 가장 두드러진 특징은 게임포털 시장의 급격한 성장이다. 게임포털의 성장은 게임의 대중화를 통해 여성과 장년층으로 급속히 확산된 라이트유저의 성장을 반영하고 있는 것으로, 웹보드게임 중심의 게임콘텐츠와 함께 아이템 판매, 영화, 애니메이션, 방송 등의 문화콘텐츠, 커뮤니티 및 아바타, 쇼핑 등의 부가 서비스로 온라인 문화를 이용한 새로운 수익모델로 각광받고 있다. '한게임', '넷마블'과 함께 '피망'의 가세로 더욱 치열해진 국내 게임포털 시장은 예년에 비해 평균 167%라는 폭발적인 성장률로 MMORPG 시장을 견제하고 있다. 2004년에는 게임포털간의 서비스 차별화와 콘텐츠 특성화, 이용층 세분화를 통해 게임포털 시장은 한층 가열될 전망이다. 특히 게임포털이 퍼블리싱 기능도 강화하고 있어, KT, SK 등 대기업의 게임퍼블리싱 사업 진출과 함께 게임시장에서의 판도 변화가 예상되고 있다.

MMORPG 분야에서는 '리니지2'의 성공적인 런칭과 더불어 게임의 대작화 경향과 장르의 다양화 추세가 특징적이다. 새로운 개념의 Full 3D 게임인 '리니지2'는 세계 최단기간 베타서비스 기록(3개월)을 세우며, 10만명의 동시접속자수를 기록, '리니지1'와 더불어 MMORPG 시장을 이끌고 있다. 한편 '리니지2'와 함께 차세대 3D 대작의 연속적인 등장은 온라인게임 시장의 국내 경쟁을 과열시키고 있는데, 'RF온라인', '아크로드' 등은 평균 3년 이상의 제작기간과 100억원대의 제작비용으로 블록버스터급의 차별적 마케팅을 구사하고 있다. 여기에 미국 블리자드(Blizzard)의 대작 온라인게임인 '월드 오브 워크래프트(WOW)'의 가세로 인해 2004년 한국 MMORPG 시장은 대작들 간의 치열한 경쟁으로 돌아오를 전망이다.

2003년의 대작 온라인게임과 더불어 주목할 만한 것은 '쉴 온라인', '메이플스토리', '마비노기' 등과 같은 정통 장르를 벗어난 게임들의 등장이다. 이것은 기존의 판타지게임에 식상한 게임 이용자를 불러들이며 개발 장르의 다양화를 부추기고 있는데, 2004년에는 온라인 무협게임, SF액션, FPS 등의 신규 장르들의 시장 확대와 함께 판타지 중심의 장르 독점이 일정 정도 와해될 것으로 보인다.

국내 게임시장에서 온라인게임의 독주는 무엇보다도 세계 최고 수준의 초고속 통신망 시설을 갖춘 PC방이 크게 이바지하였다. 2002년부터 시작된 PC방의 고급화, 대형화 바람은 3D게임을 무난히 시장에 안착시켰으며, 2003년에는 10MB급 이상의 초고속 통신망을 갖춘 PC방이 전체의 96%에 이를 만큼 고급화되어, P3급 이상의 고급사양을 요구하는 게임도 개발할 수 있는 터전을 제공하고 있

다. 온라인게임 시장의 확산과 PC방의 고급화는 온라인게임 이용자를 급격히 확산시켰고, 이를 통해 상호 발전을 가져오는 선순환 구조를 낳고 있다. 2003년 국내 게임 이용자의 94%가 온라인게임을 이용하고 있는 것으로 나타나고 있는데, 온라인게임의 확산은 여성층과 장년층에까지 급속히 이용자를 넓히고, 게임에 대한 기존의 부정적인 인식을 전환시키고 있다. 특히 다양한 연령층의 이용자와 함께 이들을 대상으로 하는 수익모델 개발과 요금제의 다양화, 서비스의 차별화 등은 온라인게임의 발전을 더욱 가속화시키고 있다.

이러한 온라인게임의 선순환 구조는 비디오(콘솔)게임 시장의 발전을 더디게 하고 있다. 2002년도부터 정식으로 보급된 국내 비디오게임 시장은 예년에 비해 43% 가량의 성장률을 기록하였으나, 당초 기대만큼의 성장세가 나타나고 있지 않다. 비디오게임에 온라인 기능이 부가된 비디오 네트워크 게임의 경우, 한국의 PC용 온라인게임과 같은 커뮤니티 기능과 집단적 이용, 아이템 서비스 등을 제공하는데 한계가 있어 여전히 한국의 이용자들에게는 익숙지 못한 상황이다.

2004년 국내 온라인게임은 동북아 시장과 더불어 동남아로의 진출을 본격화하고, 유럽과 미국 등지로의 진출도 활발히 전개할 예정이다. 국내 온라인게임은 비슷한 문화권을 가진 아시아 국가들에서 크게 인기를 끌고 있는데, 이들 국가들에서 초고속통신망 보급과 함께 PC방 문화가 지속적으로 확산되고 있어 시장진출이 더욱 확대될 전망이다. 특히 세계적으로 게임의 네트워크화와 더불어 온라인 문화가 확산되는 추세에 있어, 한국의 온라인게임과 게임포털, 그리고 이를 통한 새로운 수익모델은 아시아는 물론 전세계 시장으로 더욱 확산될 것으로 기대된다.

온라인게임의 급속한 확산에 따라 2003년 수출규모는 1.82억불로 예년에 비해 28.9% 성장한 수치를 나타냈다. 반면 비디오게임과 PC게임 수입이 주축한 가운데 수입규모는 1.67억불 정도로 전년에 비해 3.4% 성장하는데 그쳤다.

2. 모바일게임의 성장 지속 : 경기침체 불구 45% 성장, PC스탠드얼론게임 추월

2003년 현재 국내에서 보급된 휴대폰 단말기 수는 4,500만대에 이르고 있으며, 신규 기종의 개발과 함께 시장은 더욱 확대되고 있다. 이와 더불어 컬러폰의 대중화와 모바일 네트워크 시장의 확대, 2,500만명에 이르는 무선인터넷 사용인구로 모바일콘텐츠는 성장 가능성이 높은 시장으로 평가받고 있는데, 특히 모바일게임의 매출비중은 지속적으로 증가하고 있다.

국내 모바일게임은 주로 휴대폰을 통한 건당 다운로드(1건당 1,500원 정도) 금액으로 산정되어 경기 영향을 크게 받는 구조이다. 따라서 당초 100% 가까운 성장률이 예상되었던 모바일게임은 2003년의 경기침체로 인해 45% 가량의 성장에 머물렀다. 그러나, 2003년 모바일게임의 매출은 1,458억

원(US\$ 122M)으로, 이것은 PC스탠드얼론 게임 시장을 추월한 규모이다. 국내에서 가장 적은 플랫폼 규모였던 모바일게임이, 경기침체의 악재에도 불구하고 처음으로 한 단계 상승한 것이다.

국내 모바일게임 주이용층은 이동시간이 많은 10대에서 20대 사이의 학생과 직장인층으로 주로 테트리스, 고스톱 등의 보드게임이 가장 인기가 있다. 최근에는 온라인 특성을 이용한 집단이용게임인 모바일네트워크 게임이 보급되어 크게 인기를 끌고 있으며, 위치기반서비스인 LBS(Location-based services)를 이용한 게임도 개발되었다. 모바일게임 이용자들은 주로 이동중이나 휴식시간을 이용해 게임을 하며, 대부분 라이트유저에 속하는 층이라 온라인게임과 비디오게임 이용자와 층 중복되지 않는다. 특히 네트워크 게임을 이용해 한국 게임이용자들의 특성인 커뮤니티 기능이 강화되고 있고, 휴대폰의 성능이 개선되고 있어 사실감과 재미를 한층 높여가고 있다. 단말기의 발전과 더불어 이루어진 게임 수준의 향상은 3D와 같은 고사양의 게임을 개발할 터전을 마련해 주고 있으며, 장대한 스케일의 RPG나 LBS 등 신기술과 접목한 새로운 개념의 장르 개발의 가능성도 넓혀주고 있다. 이러한 대작들은 뛰어난 게임 수준을 바탕으로 시장 지배력을 높여갈 것이고, 게임의 브랜드화는 물론 모바일게임의 평균 수명도 한층 높여 모바일게임 시장 발전에도 크게 기여할 것으로 보인다.

국내 모바일게임은 SKT와 KTF, LGT를 통한 휴대폰 게임이 주를 이루고 있는데, 이들 3개사를 통해 1,100여종의 게임이 서비스되고 있다. 그러나 이용자가 게임을 이용하는 데는 콘텐츠 다운로드 비용과 더불어 별도의 통신료를 지불하게 되어 있어, 네트워크 게임과 같이 이용부담이 큰 게임은 서비스되기 힘든 것이 현실이다. 이에 따라 네트워크게임 전용 요금제나 무제한 패킷 요금제 등이 거론되고 있는데, 일정금액으로 휴대폰을 무한정 이용하는 서비스가 현재 시행되고 있어 모바일게임 이용에 대한 요금부담도 점차 개선될 것으로 보인다.

국내 모바일게임 제작사는 300개 정도로, 이들이 2003년에 개발한 1,500여개의 게임 중에서 시장에 보급된 게임은 383개에 불과하다. 최근 모바일게임의 진입장벽이 높아지고 브랜드화가 진행되고 있어, 향후에는 수준있는 대작 게임을 개발할 능력을 갖추고, 시장 인지력이 있는 소수의 게임업체 중심으로 시장이 재편될 것으로 보인다. 특히 무선인터넷망의 개방과 함께 무선 포털 간의 시장 점유율 확보 경쟁이 심화되고, 콘텐츠의 가격 구조의 변동이 예고되고 있어 이러한 시장재편은 가속화될 전망이다.

3. 비디오게임의 인프라 구축 안간힘 : 게임기 100만대 보급을 향하여

공식적인 비디오(콘솔)게임 시장이 없었던 한국에 2002년 Sony의 PS2, MS의 X-Box, Nintendo의 Gamecube가 정식으로 도입되었다. 당초 한국시장에서 비디오게임은 상당수의 매니

아와 10대를 중심으로 급성장할 것으로 전망되었으나, 2002년은 물론 2003년에도 당초 목표의 30% 수준인 35만대 정도의 게임기가 보급된 것으로 나타났다. 비디오게임이 공식 보급된 이후 2년 동안 아직 100만대가 채 보급되지 않은 것이다.

2003년 한국 비디오게임 시장은 2,229억원(US\$ 186M) 규모로 예년에 비해 43%가량 성장한 수치를 보이고 있다. 이것은 게임기 보급은 예년 수준이나, 예년에 판매된 게임기로 인해 게임 타이틀 판매가 2배 이상 증가한 이유이다. 2003년이 한국 시장 전체가 경기가 부진한 시기였고, 비디오게임기가 가격 인하를 통해 매출금액이 감소되는 등의 영향을 고려할 때 43%의 시장 성장은 온라인게임 중심의 국내 시장에서 상당한 가능성을 보여준 것으로 평가할 수 있다.

현재 국내에 도입된 비디오게임은 80% 이상을 PS2가 점유하고 있다. 2003년 PS2는 118개의 타이틀을, X-Box는 65개, Gamecube는 8개를 발매했는데, 100여개의 한글 버전 중에서 85개 정도를 PS2가 차지하고 있다. PS2 게임타이틀은 2003년 한해 180만 장 정도가 판매되었으며, X-Box는 30만장 정도가 판매되어 PS2가 시장호름을 주도하고 있다.

2003년의 가장 특징적인 것은 비디오 네트워크 게임 서비스의 개시와 비디오게임방의 확산이다. 비디오네트워크 게임은 국내 온라인게임 문화에 대해 비디오게임이 확산될 가능성을 가지고 있고, 출시된 네트워크 어댑터도 10만개 이상이 판매되어 큰 기대를 모았다. 그러나 네트워크가 가능한 게임타이틀의 보급이 5개 이하로 한정되었고, 여전히 국내 온라인게임 이용자들이 선망하는 커뮤니티 기능과 관련한 서비스가 미비하여 큰 인기를 끌지 못했다. 반면 2003년부터 공식보급된 비디오게임방의 경우 그 수가 900여개로 크게 증가하고 있는 추세인데, 국내 온라인게임 성장을 이끈 PC방이라는 독특한 사업모델을 전례로 하여, PS2의 한국 보급사인 SCEK(Sony Computer Entertainment Korea)와 X-Box 한국 배급사인 세중게임박스가 모두 높은 관심을 가지고 있어 향후 진행이 주목받고 있다. 특히 비디오네트워크 게임 보급을 증가시키고, 대작 네트워크 게임을 보급할 계획을 갖고 있어 비디오게임방을 통한 비디오네트워크 게임 붐을 기대하고 있다.

국내 게임시장에서 비디오게임은 플랫폼 비중으로 15% 정도를 차지하고 있다. 공식 보급 첫해인 2002년의 13% 정도에서 다소 높아진 수치이나, 여전히 온라인게임(49%)에 비하면 절대적인 열세이다. 국내 업체 중에서 비디오 게임을 제작했거나 제작 중인 업체는 10여개 정도로, 온라인게임이 매년 400개 이상 제작되고 있음을 고려할 때 절대적으로 미비한 수준이다. 최근 게임에 대한 인식이 상당히 개선되면서 10대를 중심으로 한 비디오게임 보급이 증가할 조짐을 보이고 있어 한국에서의 비디오게임은 일정 수준에 이르기까지 당분간 성장이 이어질 것으로 전망된다. 그러나 PS2와 X-Box와의 가격경쟁, 중고 비디오게임 시장의 활성화는 여전히 부담으로 작용하고 있으며, 특히 온라인게임 중심의 국내 게임이용 문화는 비디오게임 시장 확대에 가장 큰 과제로 남아 있다.

4. PC게임과 아케이드게임의 하락세 지속 : 오프라인/스탠드얼론 게임의 하락

최근 국내게임의 가장 큰 특징은 온라인/포터블 게임의 확대와 오프라인/스탠드얼론 게임의 하락세이다. 국내 PC스탠드얼론 게임은 2003년 937억원(US\$ 78M)으로 예년에 비해 43%정도 축소된 규모이며, 아케이드게임은 3,118억원(US\$ 260M)으로 18% 정도 줄어든 수치이다. PC스탠드얼론 게임의 경우 2002년 이후 기존의 PC게임 유통사와 개발사들이 온라인게임, 모바일게임, 비디오게임 쪽으로 사업방향을 전환하고, 각 유통사별로 PC게임의 타이틀 발매편수를 제한하고 있는 것에 기인한다. 한편 아케이드게임의 경우 주요 배급경로인 게임장(Game center)이 2000년 25,000여 개에서 2003년 13,000여개로 최근 급격히 줄어들면서 최근 시장구조가 전환 중에 있다.

PC게임은 온라인 쇼핑몰의 활성화와 할인점이나 전문점 등의 유통 다변화, 다운로드 방식의 유통으로 활로를 모색하였으나, GOD(Game on Demand)서비스 등의 부진과 온라인게임 시장의 확대에 따른 이용자 이동 등으로 2003년에도 시장은 크게 감소한 것으로 나타났다. 특히 2002년 이후 국내 PC게임 시장은 국내외 게임 망라하여 시장을 주도한 새로운 킬러 타이틀이 등장하지 않았다. 한국에서만 600만장이 팔린 '스타크래프트'에 이어 새로운 대박게임으로 기대를 모았던 '워크래프트 3 : 프로즌 쓰론'이 50만장 정도의 매출에 불과하였고, 불법복제와 인터넷 공유 폴더 서비스 등은 PC스탠드 얼론 게임 시장에 근본적인 타격을 입혔다.

아케이드게임은 2002년 이후 전통적 유통방인 게임장의 축소와 주요 이용층인 10대의 온라인게임으로의 전환으로 시장규모의 축소는 불가피하였다. 이런 추세 속에, 2003년 아케이드게임은 경마 게임 등 성인게임기 위주로 수익 중심이 이동하고 있고, 게임장도 성인게임기 중심으로 전환하고 있다. 최근 첨단아케이드체험관의 보급이 이루어지고 있고, 인공지능, 가상현실 등을 통한 복합멀티미디어 게임이 개발되고 있는 추세이긴 하나, 여전히 아케이드게임은 오프라인 게임의 축소 속에 구조조정이 진행 중이다.

5. PC방의 상승 지속과 게임장의 조정세 : 고급화, 대형화로 구조조정 진행

2001년 22,548개에 이른 인터넷PC방은 이후 업그레이드 과정을 통해 2003년에는 20,846개로 줄어들었다. PC방 서비스가 온라인게임의 가장 핵심적인 수익모델이라는 점을 고려해 볼 때, 이 기간에 3D 온라인게임의 등장과 게임포털의 활성화가 이루어졌다는 것은 PC방의 고급화가 온라인게임의 발전과 맞물려 이루어졌다는 사실을 말해주고 있다.

PC방은 2002년부터 대대적인 변화가 이루어진다. 2001년 전국의 85%가 회선시설 1.5M 이상이

었던 PC방은 2002년에는 58%가 5M급 이상으로 업그레이드되고, 2003년에는 96%가 10M급 이상으로 초고급화되고 있다. 이러한 과정에서 영세 PC방이 대형 PC방으로 교체되거나 새로 생겨나는 대형화 바람이 불게 되었는데, 2001년 37대였던 평균 PC보유댓수가 2003년에는 48.8대로 급격히 증가하고 있다. PC방의 대형화, 고급화는 고사양을 요구하는 온라인게임이 PC방에 제한없이 보급되면서, 온라인게임의 자유로운 개발을 확대시켜 온라인게임 산업의 발전이라는 선순환 구조를 낳게 된 것이다. 그리고 온라인게임의 발전과 함께 PC방도, 전체 수가 줄어드는 과정 속에서도 2002년 23%, 2003년 14.6%라는 고속 성장을 지속하며, 2003년 1조 6,912억원(게임지출비용은 제외한 수치)에 이르는 규모로 성장하였다. 전국적으로 PC방이 포화되었다는 분석과 함께 매출규모가 크게 증가하지는 않는다는 전망도 있으나, 온라인게임의 확대와 함께 증가추이는 지속될 것으로 보인다.

게임장의 경우, 2000년 25,415개였던 수는 2002년에는 13,625개로 50%정도 급격히 줄어들었다. 2003년에는 13,821개로 다소 증가한 수치를 보이고 있으나, 2001년 이후 온라인게임 중심으로 10대 고객층이 급격히 이동하면서 성인게임으로의 구조조정은 여전히 지속되고 있다. 게임장은 국내 아케이드게임이 유통되는 거의 유일한 통로로 아케이드게임 산업의 발전과 연계되어 있다. 따라서 게임장의 추락은 국내 아케이드게임의 하락세를 동반하였는데, 2001년 플랫폼 규모로 49.6%에 이르렀던 아케이드게임은 2002년 온라인게임에 1위 자리를 넘겨주고, 2003년에는 20.4%로 온라인 게임(49.3%)에 절반에도 미치지 못하는 규모로 감소했다. 게임장은 무엇보다도 전세계적인 아케이드게임의 하락 추세 속에 국내에서는 규제 위주의 법률, 비현실적인 아케이드게임 등급심의, 킬러콘텐츠의 부재 등으로 당분간 하락세가 이어질 것으로 보인다. 그러나 최근 경마게임 중심으로 성인게임의 인기가 확산되고 있어 조만간 반전될 징후도 보이고 있다. 2003년 게임장은 예년에 비해 3.3% 하락한 6,542억원(게임기 구입비용 제외한 수치)으로 나타나고 있는데, 성인게임장의 매출이 증가하고 있어 하락세는 오래 지속되지 않을 것으로 보인다.

Current Status and Further Trends on Korean Game Industry

Eui-Jun Jeong

Policy Analysis & Development, Korea Game Development & Promotion Institute

In 2003, total revenue of Korean gaming industry remarked 938.7 billion won, which 15.8% increased from year 2002.

In On-Line game industry, revenue reached 754.1 billion won with more than 65% increment from previous year (i.e. Increment recorded more than 65% for recent two years), and in Mobile game industry, revenue recorded 145.8 billion won, (high increment from the last year (in 2002, 100 billion won)). However on the other hand, the revenues for PC package game and Arcade game has been reduced in 2003, when comparing with 2002.

According to the reports, Role-Playing appeared to be the most preferable game by Heavy Gamers and for Light Users, Web-board game was selected. This results seems to be caused by the recent diffusions of on-line Game-Portal sites.

On the other hand, the export revenue of computer (increased 29% from the previous year) appears to be US\$ 18,154 in 2003, which over taken its import (US\$ 16, 645).